

бітників; дотримання традицій, що визначають характер взаємовідносин як всередині компанії, так і поза нею; гарантують стабільність економічної системи і стилю керівництва; відсутність силового впливу, коли неприпустимо штучне насадження сильнішої культури в умовах, коли організаційна культура компанії відверто слабка; перехід на якісно новий рівень повинен бути природною потребою компанії та її персоналу; використання системи комплексної оцінки для отримання реального уявлення про ступінь впливу корпоративної культури на ефективність господарської діяльності організації (враховувати необхідні способи прямого та опосередкованого впливу).

Формування корпоративної культури організації здійснюється на зовнішньому та на внутрішньому рівні.

На внутрішньому рівні для формування корпоративної культури використовується символіка компанії, міфологія, традиції, ритуали, стиль поведінки та дрес-код. Для формування формалізованих базових стандартів створюють нормативні документи: кодекси, положення, регламенти і правила внутрішнього розпорядку. Під їх впливом формується і неформальна частина корпоративної культури - стиль і норми внутрішньофірмового спілкування і взаємодії. Слід прагнути до того, щоб формальна і неформальна частина корпоративної культури не суперечили одна одній і кожен співробітник усвідомлював ті цінності, які декларує компанія.

Отже, корпоративна культура є дуже важливим інструментом управління, вона формується на будь-якому підприємстві, навіть коли цьому питанню не приділяють уваги. Але з метою забезпечення максимального позитивного впливу на діяльність туристського підприємства, цей процес має відбуватися цілеспрямовано.

1. Євтушенко О.В. Корпоративна культура туристичного підприємства – один із факторів його конкурентоздатності: [Електрон. ресурс] / О.В. Євтушенко, В.І. Сідоров. – Режим доступу: [http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/10377/2/Turbiz\\_HNU\\_konf\\_nojab\\_2012.pdf](http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/10377/2/Turbiz_HNU_konf_nojab_2012.pdf)

2. Євтухова Т.І. Корпоративна культура: навчально-методичний посібник / Т.І. Євтухова, Ю.В. Легенько, О.В. Родіонов, О.М. Руденко. – ДП «Укртехінформ» – Київ, 2013.

## **СИНДРОМ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ**

***Пугач М.С.***

*Науковий керівник – Александрова С.А., канд. пед. наук, доцент*

Професійне вигорання може виникати у персоналу у будь-якій сфері трудової діяльності. Але особливо актуальною ця проблема є

працівників сфери відносин «людина – людина»; для тих, кому постійно доводиться працювати з людьми: допомагати їм чи керувати ними.

Праця більшості фахівців сфери туризму передбачає постійні міжособистісні комунікації, які іноді можуть супроводжуватися стресовими ситуаціями. Реакцією на тривалі професійні стреси, що виникають у міжособистісних комунікаціях, може бути виникнення синдрому професійного вигорання.

Останній являє собою складне, багатопланове явище, що складається з низки негативних психологічних переживань, які викликані тривалими і інтенсивними міжособистісними комунікаціями, емоційно насиченими або когнітивно складними [1].

Синдром професійного вигорання у фахівців сфері туризму - це фізичне і психологічне виснаження, що спричиняє психосоматичні розлади і знижує продуктивність їх праці.

На частоту й інтенсивність прояву цього синдрому впливає низка факторів:

- професійний – стаж роботи спеціалістів туризму, умови та графік роботи, психологічна атмосфера в колективі;
- особистісний – вік, стать, сімейний стан, індивідуальні особливості;
- соціально-економічний – соціальна захищеність спеціалістів, рівень заробітної плати, гідна праця;
- культурний – рівень розвитку особистості [2].

Модель синдрому професійного вигорання може бути представлена як трикомпонентна структура, що включає в себе:

- емоційне виснаження;
- деперсоналізацію;
- редукцію персональних досягнень.

Емоційне виснаження відчувається як емоційне перенапруження, спустошеність, вичерпаність власних емоційних ресурсів. Працівник не може виконувати професійні обов'язки як раніше, відчуває притуплення власних емоцій, можливі емоційні зриви.

Деперсоналізація – тенденція розвитку негативного, цинічного ставлення до подразників. Зростає знеособленість і формальність контактів. Негативні установки, що мають прихований характер, можуть почати проявлятися у вигляді роздратування, конфліктності.

Редукція персональних досягнень - зниження почуття компетентності у своїй роботі, незадоволення собою, зменшення цінності своєї діяльності, негативне самосприйняття у професійній сфері.

Феномен професійного вигорання може розглядатися не лише на рівні особистості працівника, а на рівні організації в цілому. До симп-

томів професійного вигорання підприємства можна віднести підвищену плінність кадрів ( $\geq 100\%$  на рік, тобто протягом року звільняються практично всі співробітники, а деякі працюють менше року), знижена мотивація до праці, професійна залежність від керівництва, занадто висока конфліктність персоналу і негативна психологічна атмосфера в колективі.

Повністю запобігти проблему виникненню професійного стресу й професійного вигорання у сфері туризму неможливо, але цілком можливо істотно зменшити їх руйнівний вплив на здоров'я персоналу.

Важливою відмінною рисою людей, які є стійкими до професійного вигорання, є їх позитивне сприйняття життя, власної особистості та оточуючих людей, оптимістичні установки та цінності.

Основний засіб профілактики синдрому вигорання є ефективне управління власною професійною поведінкою в поєднанні з особистісною психогігієною, спрямованою на постійне підтримання психологічної норми.

1. Профілактика та подолання синдрому «професійного вигорання»: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: [http://www .mykolaivpl.org/metodrozrobka/171-profilaktyka-ta-podolannya-syndromu-profesiinoho-vyhorannia.html](http://www.mykolaivpl.org/metodrozrobka/171-profilaktyka-ta-podolannya-syndromu-profesiinoho-vyhorannia.html)

2. Синдром професійного вигорання спеціалістів фармації: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/7544/sindrom-profesijnogo-vigorannya-specialistiv-farmacii>

## **ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ГНУЧКОГО ГРАФІКУ РОБОТИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРІНДУСТРІЇ**

**Семків М.О.**

*Науковий керівник – Александрова С.А., канд. пед. наук, доцент*

Відповідно до наказу Міністерства праці та соціальної політики України від 4 жовтня 2006 року № 359, гнучкий графік роботи – це форма організації робочого часу, при якій для окремих працівників або підрозділу допускається саморегулювання початку, закінчення й загальної тривалості робочого дня [1]. При цьому потрібне повне відпрацювання сумарної кількості робочих годин протягом облікового періоду (робочого дня, робочого тижня, робочого місяця).

Гнучкий графік роботи впроваджується за погодженням між власником і працівником при прийомі на роботу або в процесі діяльності, за погодженням з профкомом і з урахуванням думки трудового колективу. Елементами гнучкого графіку є: змінний (гнучкий) робочий час – початок і закінчення робочого дня; фіксований час – час обов'яз-